

PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM PAMERAN SEMARANG HIJAB & EXPO

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi
Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Nama : Gladiol Steyla Ayu Mumpuni

NIM : 14.M1.0020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi disusun oleh:

Nama : GLADIOL STEYLA AYU MUMPUNI

NIM : 14.M1.0020

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal: 28 April 2021

Dosen Penguji :

1. Drs. St. Hardiyarso, M. Hum. ()
2. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., MA. ()
3. Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom. ()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada tanggal 28 April 2021



(Dr. Marsella Elwina S., SH., CN., M.Hum.)

Dekan Fakultas Hukum & Komunikasi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

HALAMAN PERSETUJUAN

Pemanfaatan Fitur Instagram sebagai Media Promosi dalam
Pameran Semarang Hijab & Expo

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata
1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata



Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping 'H' followed by a series of loops and a final flourish.

Drs. St. Hardiyarso, Mhum.

NPP 058.1.1993.139

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'A' followed by several vertical strokes and a horizontal line at the end.

Abraham Wahyu Nugroho, Sikom.MA.

NPP 058.1.2016.305

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul:

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PAMERAN SEMARANG HIJAB & EXPO

Ini tidak terdapat pada karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti skripsi ini sebagai atau seluruhnya merupakan hasil dari plagiasi, maka saya rela untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumannya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 28 April 2021



Gladiol Steyla Ayu Mumpuni

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gladiol Steyla Ayu Mumpuni

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

[Menyetujui / Tidak Menyetujui] untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **"Pemanfaatan Fitur Instagram sebagai Media Promosi dalam Pameran Semarang Hijab & Expo"** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 28 April 2021

Yang menyatakan



Gladiol Steyla Ayu Mumpuni

MOTTO

PERLAKUKANLAH ORANG LAIN, SEBAGAIMANA KAMU INGIN
DIPERLAKUKAN



Abstrak
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PAMERAN
SEMARANG HIJAB & EXPO

Gladiol Steyla
Universitas Katolik Soegijapranata
2021

Dengan berkembangnya teknologi di era media baru saat ini, Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling populer dalam komunikasi pemasaran, salah satunya pemasaran *event*. Semarang Hijab & Expo adalah salah satu pameran yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi di media sosial. Tujuan dari promosi guna mengenalkan barang atau jasa kepada konsumen. Kegiatan promosi pada sekarang ini, diperlukan langkah – langkah untuk menuju keberhasilan dalam promosi. Untuk menjawab permasalahan tersebut penulis menggunakan pendekatan komunikasi pemasaran dalam mempromosikan pameran Semarang Hijab & Expo melalui media sosial instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan proses perolehan data yaitu wawancara dan observasi. Penelitian ini menggunakan teknis analisis validitas dan reliabilitas serta analisis interaktif Miles dan Huberman.

Hasil akhir penelitian ini adalah pemanfaatan Instagram dalam mempromosikan pameran Semarang Hijab & Expo melalui meningkatkan promosi, inovasi konsep baru, serta menambah kepercayaan mitra dan pengunjung pameran. Semarang Hijab & Expo melakukan promosi melalui fitur – fitur Instagram dengan cara mengunggah konten terkait informasi pameran, mengadakan *giveaway* bagi pengikut instagram @promotor_imperium_indonesia, serta menciptakan suasana santai tapi tetap memberikan sentuhan islami pada setiap konten.

Saran dari penelitian ini untuk mengoptimalkan fitur yang digunakan sebagai sarana promosi dan mengembangkan konsep baru, target pasar dan jumlah pengikut instagram yang meningkat.

Kata Kunci: Instagram, Promosi, Pameran

Abstract
INSTAGRAM UTILIZATION AS PROMOTING MEDIA IN SEMARANG HIJAB&EXPO
EXHIBITION

Gladiol Stella
Soegijapranata Catholic University
2021

With a vast technology development in new media era nowadays, Instagram has become one of the most popular social media for Marketing Communication, one of them is Event Marketing. Semarang Hijab & Expo is one of the exhibition which utilizes Instagram as their promoting media in social media. The purpose is to introduce goods or service to the Consumer. Nowadays, promotional activities require a few steps in order to achieve a success in promoting. To answer this very problem, writer use marketing communication approach in promoting Semarang Hijab & Expo exhibition by using Instagram social media.

This research uses qualitative approach, with two data obtaining processes, interview and observation. This research also uses validity analysis technique and reliability, also Miles and Huberman interactive analysis.

The final result of this research is Instagram utilization in promoting Semarang Hijab & Expo exhibition through increasing promotion, latest concept innovation, and also adding trust to the partners and visitors. Through many Instagram features such as uploading content about exhibition information, arranging giveaway for @promotor_imperium_indonesia Instagram followers, and last but not least creating calming yet giving Islamic vibes in every content.

Suggestion from this research is to optimize the features that are used as promoting medium and developing new concept, market target and increasing Instagram followers

Keywords: Instagram, Promotion, Exhibition

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai sepanjang penyusunan penulisan sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya penelitian dalam bentuk skripsi, adapun skripsi ini dibuat guna sebagai salah satu syarat kelulusan untuk menempuh jenjang S1 pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dari ketulusan hati peneliti yang paling dalam, pada kesempatan yang berharga ini peneliti mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kesempatan peneliti merasakan dinamika perkuliahan hingga proses sampai ke tahap penyelesaian skripsi yang cukup panjang. Thank God for everything You have done.
2. Drs. St. Hadiyarso, M.Hum. dan Abraham Wahyu Nugroho, S.Ikom. MA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan & ilmu yang bermanfaat untuk peneliti.
3. Ibu Tri Rosa Dewayani dan Bapak Didik Suprang Hariyanto selaku orang tua peneliti yang tak henti memberi dukungan yang luar biasa bagi peneliti berupa doa, dukungan moral, dan finansial. Peneliti sangat berterima kasih atas pengertian serta kesabaran untuk menunggu waktu yang lama sampai skripsi ini dapat peneliti selesaikan. Terimakasih Papa Mama, maaf Dio terlambat lulus.

4. Ryan Ezra Kusuma selaku pasangan si peneliti pada saat pengerjaan skripsi ini, terimakasih atas dukungan doa, moral, pengingat dan penyemangat yang baik saat mulai patah semangat. Thank you ma best !
5. Para sahabat dan teman peneliti; Febri Nainggolan dan Melania Hidayanti terima kasih sudah menolong banyak di saat-saat terakhir pengajuan skripsi ini, you're my savior in last minutes, Brenda Batista yang telah membantu penelitian ini, Valerian David yang mengingatkan untuk mengerjakan skripsi, Catlin Iva Adelia, Laurell Shanisa, Margrit, Natanael Siregar, Roul Cato, Stevan adrian, Eney kusuma, Bunga Luh, Sinkletika Valensia, Emanuelle Natasha terimakasih sudah memberi semangat baru untuk memulai mengerjakan skripsi ini kembali.
6. Angkatan Komunikasi (2014), Fakultas Hukum dan Komunikasi.

Semoga seluruh pihak - pihak tersebut diberkati dan selalu dalam penyertaan Tuhan Yesus Kristus. Amin.

Semarang, 12 Maret 2021

Peneliti,



Gladiol Steyla Ayu Mumpuni

NIM. 14.M1.0020

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PERSETUJUAN.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	4
MOTTO.....	1
Abstrak.....	2
Abstract.....	3
KATA PENGANTAR.....	4
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Kerangka Berpikir.....	11
1.6 Tatakala Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Promosi.....	16
2.3.1 Tujuan Promosi.....	16
2.3.2 Fungsi Promosi.....	17
2.4 Media Sosial.....	18
2.4.1 Fungsi Media Sosial.....	20
2.4.2 Karakteristik Media Sosial.....	20
2.5 Komunikasi Pemasaran dan Media Sosial.....	22
2.5 Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Metode Penelitian.....	28

3.2	Proses Pengumpulan Data.....	29
3.3	Lokasi dan Subjek Penelitian.....	35
3.4	Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Gambaran Umum Semarang Hijab & Expo.....	38
4.2	Pemasaran melalui Media Sosial Instagram Semarang Hijab & Expo.....	41
4.3	Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Semarang Hijab & Expo.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	65
Daftar Pustaka.....		66



DAFTAR BAGAN

BAGAN 1.1 Kerangka Berpikir.....	11
BAGAN 4.1 Struktur <i>Digital Marketing</i> Imperium MICE <i>Management</i> Semarang.....	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tatakala Penelitian.....	12
------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 25 countries, Ranked by Internet Users.....	2
Gambar 1.2 Pengguna Instagram Indonesia 2020.....	5
Gambar 2.1 Logo Instagram.....	25
Gambar 3.1 Skema Triangulasi Sumber.....	31
Gambar 3.2 Analisis Data <i>Interactive</i>	37
Gambar 4.1 Map Imperium MICE Management Pusat, Makassar.....	38
Gambar 4.2 Acara Pertama Semarang Hijab & Expo 2018.....	40
Gambar 4.3 Unggahan Daftra Mitra.....	42
Gambar 4.4 Contoh Caption dari Semarang Hijab & Expo	43
Gambar 4.5 Publisitas Koran Online.....	43
Gambar 4.6 Voucher Giveaway.....	44
Gambar 4.7 Promosi melalui Baliho.....	46
Gambar 4.8 Hiburan Kelas Memasak	47
Gambar 4.9 Fasilitas Tempat Makan.....	48
Gambar 4.10 <i>Insight age range</i>	49
Gambar 4.11 Top Location.....	49
Gambar 4.12 Follower Breakdown.....	50
Gambar 4.13 Mitra yang berpartisipasi.....	50
Gambar 4.14 Insight Pengunjung.....	51
Gambar 4.15 Tampilan Profil instagram.....	53
Gambar 4.16 Tampilan <i>Feeds</i> Semarang Hijab & Expo.....	55
Gambar 4.17 Tampilan Instagram Bio.....	55
Gambar 4.18 Unggahan Caption	56
Gambar 4.19 Unggahan Hastag.....	57
Gambar 4. 20 Unggahan Komentar.....	58
Gambar 4.21 <i>Followers dan Following</i>	59
Gambar 4.22 Unggahan Story.....	59
Gambar 4.23 Fitur <i>Tanging</i> atau Arobba.....	60
Gambar 4.24 Unggahan IGTV.....	61
Gambar 4.25 Unggahan <i>Highlight</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Interview Guide.....	1
LAMPIRAN 2.....	2
LAMPIRAN 3.....	7

